

<https://www.intermediachannel.it/2017/09/07/andrea-sabia-e-il-bene-delle-assicurazioni-prima-parte/>



Andrea Sabia e il Bene delle assicurazioni (Prima parte)

📅 07/09/2017



Ringraziandolo nuovamente per la straordinaria disponibilità dimostrata, siamo lieti di potervi offrire in esclusiva il risultato di un lungo colloquio con **Andrea Sabia** (*nella foto*), fondatore e amministratore delegato di **Bene Assicurazioni**, compagnia autorizzata dall'**IVASS** alcuni mesi fa ad operare sul mercato assicurativo italiano in quella che può ricordare, quantomeno come suggestione, la precedente avventura di Sabia, che da agente assicurativo riuscì ad creare da zero **Tua Assicurazioni** e a portarla ad essere un modello di riferimento nel settore.

Nella articolata intervista che segue, divisa in due parti (lunedì 11 settembre sarà pubblicato il secondo articolo) anche per mantenerne intatta la fruibilità, si ritrova moltissimo dello spirito e dell'energia che contraddistingue Sabia, che ha scelto proprio il nostro portale di informazione per raccontare Bene sotto le più diverse sfaccettature e per evidenziare molti dei progetti che ne sono alla base e che ne contraddistinguono il futuro prossimo.

Dottor Sabia, perché è nata Bene Assicurazioni?

Noi promotori crediamo nel ruolo sociale dell'assicurazione e nella possibilità di risolvere problemi quotidiani, anche complessi, con trasparenza e semplicità.

Bene è nata per contribuire ad innovare il mondo delle assicurazioni, coinvolgendo in un sistema di *"benefit"* tutte le persone che ci danno fiducia e che, come noi, guardano al futuro con speranza e pensiero positivo.

Velocità, servizio e innovazione continua, anche nelle assicurazioni, possono diventare fatti concreti dell'economia dei rischi e non solo promesse da slogan pubblicitari.

Questo non è solo *"la nostra visione"* ma – anche e soprattutto – il pragmatico obiettivo che aspiriamo a condividere e valorizzare con gli intermediari pronti ad abbracciare con entusiasmo il cambiamento, nella prospettiva di guardare insieme, con sano ottimismo, agli orizzonti futuri di questa professione.

Si è parlato molto dei partner industriali internazionali. Chi sono e come è riuscito a convincerli a investire in Italia?

Al nostro fianco, per realizzare il nostro progetto, c'è il gruppo assicurativo tedesco **Nuernberger** e il gruppo assicurativo americano **Aspen**, due solide realtà assicurative internazionali di elevato standing e rating, con competenze tecniche specialistiche, esclusive e necessarie per affrontare nuovi rischi e nuove opportunità dell'economia digitale, con una chiara e condivisa visione del futuro di questa professione.

Forza, indipendenza e solidità sono le caratteristiche preminenti di questi due partner strategici, che hanno deciso di investire in Bene Assicurazioni anzitutto per le sue progettualità innovative e poi per cogliere opportunità nel nostro Paese, ai loro occhi – così come ai nostri – ancora sottoassicurato e tecnologicamente meno evoluto rispetto ai mercati più maturi nel nord Europa e a livello mondiale. Di qui, una lucida valutazione sulle reali potenzialità dell'investimento e un atto di fiducia nella qualità del team manageriale e nelle capacità imprenditoriali dei promotori italiani.

Il tutto con una visione di lungo termine.

Noi riteniamo che il nostro mercato da molto tempo aneli a “*venti di cambiamento*”, anzi, di più, che ne abbia urgente bisogno per rendere più attuale e moderno uno strumento, la polizza di assicurazione, che è nata anzitutto per rispondere a un umano e primario bisogno di protezione.

In cosa si distinguerà Bene rispetto alle realtà che già conosciamo?

Coltiviamo innanzitutto il valore della centralità delle persone, delle relazioni personali e della conoscenza diretta, prima di guardare alle asettiche valutazioni “*volumetriche*”. Come naturale corollario di questa attitudine, ci prefiggiamo quindi di aiutare anche tutti coloro che operano e opereranno con noi a maneggiare la tecnologia senza riserve o paure. Cercheremo di distinguerci per apertura mentale, visione di lungo periodo, totale assenza di conflitti di interesse e assoluta focalizzazione sull’unico business esercitato dal Gruppo neonato: l’assicurazione! Non è poco, non le sembra?

Si dice che Bene sarà una compagnia “*innovativa*”. Ma cos’è l’innovazione, per lei?

Innovare vuol dire facilitare l’accesso all’assicurazione in modo personalizzato. L’assicurazione è ancora un mondo spesso percepito come “*qualcosa di vecchio e oscuro*” dove tutto gira intorno a clausole e contratti che non sono semplici da comprendere per il cliente finale e dove tutto è governato da regole, dinamiche e prassi obsolete, tutt’altro che intuitive e facili da applicare per il professionista dell’intermediazione e i suoi collaboratori.

Solo costruendo nuovi prodotti, ricchi di servizi, chiari nella loro formulazione, modulari nella proposizione delle soluzioni offerte, si potrà realizzare una concreta semplificazione che cambi l’esperienza di consumo e la percezione di valore e di utilità della polizza. Consultati, ad esempio, la nostra offerta viaggi sul portale **Amerigo.it** (<https://www.amerigo.it/>): capirà immediatamente cosa voglio dire.

Aggiungo, inoltre, che bisognerà mettere a disposizione agli intermediari, in modo semplice e intuitivo, le potenzialità che le nuove tecnologie permettono, senza vincoli di tempo e luogo, con i dati e le informazioni necessari sempre aggiornati e una gamma di offerta ampia e profonda. Solo così si potrà sviluppare in modo sano e lungimirante un’idea concreta di “*innovazione*”, che abbia le caratteristiche e le solidità per affrontare i cambiamenti epocali che interesseranno il nostro settore e di cui oggi intravediamo soltanto i primi, timidi, segnali.

E questo lo dico con piena cognizione di causa essendomi, nell’ultimo anno, applicato a studiare e comprendere quanto è ancora in stato di “*incubazione*” sia in Italia, che a livello internazionale.

Noi siamo profondamente convinti che questo è ciò che vogliono gli agenti oggi in Italia per i loro clienti. E questa è la natura di Bene e del suo team manageriale, che non teme il cambiamento, visto che non ha alcuna rendita di posizione da conservare. Si tratta di un nuovo modo di affrontare i cambiamenti in atto senza paura, ma con fiducia e serenità nel futuro della professione, grazie a velocità e specializzazione.

Bene vuole contribuire a cambiare il paradigma tradizionale, consapevole, nel suo piccolo, della sua carica innovativa e del potenziale della sua organizzazione.

L’ultimo trend è la c.d. instant insurance. Bene farà qualcosa in proposito?

Sì, senz’altro; abbiamo le idee chiare in proposito. I nuovi stili di vita e le nuove abitudini di consumo, di fruizione dei servizi e di valorizzazione e pagamento degli stessi, impongono a chi opera sul mercato assicurativo retail di trovare nuove modalità, meglio direi, di assecondare modalità già ampiamente adottate in altri settori (mi permetta, settori che nell’immaginario collettivo sono anche molto più attraenti rispetto al mondo delle polizze), modalità che nella forma mentis dei clienti tendono sempre più ad essere percepite come preferibili, in quanto più comode.

Ci stiamo abituando a comprare solo ciò che serve, nel momento in cui serve, dalla telefonia, ai media, ai mezzi di trasporto, ai servizi in genere, in modo veloce e dematerializzato, in un “*click*”, meglio, in un “*tap*”.

Tuttavia l’Italia, secondo gli ultimi indicatori della **Commissione europea – mi riferisco al DESI 2017** (http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=43021) – è ancora ventisettesima (su ventotto Paesi membri) per uso di internet per i servizi online e solo ventitreesima nello specifico comparto delle transazioni finanziarie cui l’assicurazione è ascrivibile.

Siamo dunque ancora indietro e le assicurazioni non possono più pensare di restare come monadi isolate e governate da regole proprie.

Spetta a noi – e agli Intermediari che credono nell’importanza del proprio ruolo – far comprendere il valore di una copertura assicurativa completa, ben studiata e personalizzata, ma spetta sempre a noi essere presenti proprio nel momento (leggasi: istante) in cui il bisogno assicurativo, microscopico o temporaneo che sia, diventa un’esigenza reale per il cliente, che possa essere soddisfatta velocemente e digitalmente.

Gli “*istanti*” e di conseguenza l’*instant insurance* cui pensa Bene sono tutt’altro: un valore soggettivo e dinamico, più assimilabile al concetto di “*tempo della coscienza*” di **Henry Bergson**, ovvero alla fluidità dei momenti sempre diversi dell’esistenza del cliente.

Parlo quindi di un servizio in cui immediatezza dell’esigenza e velocità di intervento dell’assicurazione possano coniugarsi in maniera ragionata senza frenesie incompatibili con le severe regole del comparto.

(Fine prima parte; continua l’11 settembre)